从“澎湃新闻”探究媒介融合

摘　要：在数字技术与网络传播的推动下，媒介融合发展成为大势所趋，“融合媒介”与“融合新闻”成为新闻传播领域的国际性前沿课题。“澎湃新闻”作为传统纸质媒体向新媒体转型的先列，其发展的动因是对新媒体大局的顺势，本文基于使用与满足理论，分析其在新媒体平台进行的创新和探索，发现“澎湃新闻”从环境监测、自我确认和人际交往三方面都一定程度上满足了受众的需求。

关键词：媒介融合；“澎湃新闻”；差异特点；新闻生产方式；发展策略
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）05-054-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.05.013

■文 / 陈　梅

绪论

如今，传统媒体在进行互联网转型的过程中还没有典型的成功案例，“澎湃新闻”作为上海报业集团的转型尖兵，是其在新媒体业务方面争取突破的关键。“澎湃新闻”积极响应国家关于媒介融合的号召，希望能够通过互联网传播的及时性和广泛性来达到开发其意识形态主阵地和新阵地的目的。“澎湃新闻”是我国媒介融合方面的一个亮点，它的积极探索不仅仅是顺应了当下媒介数字化的大背景，更是实现了上海报业集团快速溢价的目的。然而，虽然“澎湃新闻”在媒介融合等各个方面取得了很大的成绩，但就目前而言，它也并非是完美的，媒介融合的成功不仅需要实现在信息采集和新闻表达上的融合，更需要兼顾其所有权等各个方面进行策略性、机构性的融合，以寻求到合理的盈利方式和商业模式。

1.“澎湃新闻”和媒介融合

1.1 媒介融合的内涵

最先提出媒介融合这一概念的是美国马萨诸塞州理工大学的浦尔教授，其本意是各种媒介呈现出多功能一体化的趋势。媒介融合是指传播媒介和与其相关联的各种要素之间相互结合、凝聚乃至互相融合，简而言之，就是把报纸、广播、电视、网络的采编作业相结合，进行资源共享和集中性的处理，以产生更多形式不同的信息产品，同时通过各种不同的媒介平台进行传播。媒介融合并不只是传播介质的融合，还应当包括媒介产品、媒介市场和媒介所有制等各个方面的融合。

1.1.1 媒介传播技术的融合

媒介融合在内容方面最先体现于各大报刊杂志开始创办电子刊物，即印刷媒体与网络媒体之间的融合；后来，随着数字技术的不断推进和发展，互联网普及、网民不断增加，电视和广播也加入了媒介融合的行列之中，即所谓的广播、电视媒体和网络媒体的融合。

1.1.2 媒介平台的融合

媒介平台的融合和媒介传播技术的融合息息相关，前者是在后者的基础之上进行的，媒介平台融合是一个技术层面上的相互融合，是指整个媒介产业体系拥有相同的技术来支持，并且相互之间共享传播方式和内容。

1.1.3 媒介产品的融合

计算机技术、网络技术的不断发展带来了数字技术的快速进步，各类媒介产品、媒体服务也在不断发展之下日益融合，电视、电影、音乐、游戏等不同形式的媒介产品通过统一的媒介技术支持而不断加强彼此间的互联性和互换性。不同的媒介产业会提供不同形式的媒介产品和服务，并在信息的流通和流转过程中形成其独有的价值链。而数字媒体的大跨越则使得各种不同的媒介产品通过同一渠道在同一时间传达到受众的面前。

1.1.4 媒介企业的融合

媒介企业融合主要表现为各大传媒公司、传媒集团的形成，大型的传媒集团拥有不同类型的传播媒介，因此能够实施这些媒介之间内容上的相互推销和资源上的共享。例如我国最早的传媒集团广州日报报业集团，它也是我国版面规模最大、经济规模和收益都最好的报业集团。关于媒介企业融合的另一种表现形式就是原先拥有特定服务对象的企业在融合技术、手段的基础之上和传媒企业在业务上有所重叠，最典型的就是手机网络、互联网络的承办商在原有业务基础上有所延伸，开始承担一定的媒体角色，像传媒企业一样为公众提供信息服务。

1.1.5 媒介市场的融合

媒介市场的融合主要体现在媒介市场结构的变化中，传统的媒介市场竞争是纵向一体化的竞争，即竞争往往在同一地区同一类别中显得更为激烈，也就是说同城报纸之间的市场竞争会比同城报纸、电视和电台之间竞争激烈的多，而媒介市场融合则将原有的纵向竞争转变为了横向竞争的模式，伴随着媒介产业、企业的融合，竞争不仅在同类媒体之间进行，同时也发生在已经或者正在融合的各个媒介产业、媒介企业当中。

1.2 “澎湃新闻”的概述

2014 年 7 月 22 日，“澎湃新闻”作为上海报业集团改革后的第一个重大成果全面上线，在此之前，“澎湃新闻”就已经为传媒界所共同关注，成为学界、业界所热议的传媒事件。“澎湃新闻”是上海报业集团进行新媒体改革所推出的一个专注时政与思考的互联网平台，经过半年多的筹备和酝酿，“澎湃新闻”正式推出了新闻网页、WAP 网页、手机 APP、微信公众号、微博公众号等平台，形成了其新媒体矩阵，力图打造中国第一时政传媒品牌。伴随着新媒体的不断发展，传统媒体在传媒市场上的份额不断缩减，经济收入大不如从前，传统媒体的生存压力不断加剧，如何在重重困境之中探索出其发展的新出路已然成为各大传统媒体所思考的重点。上海报业集团斥资近 4 亿重点打造了“澎湃新闻”，项目主要是由东方报业公司主持，其将原有纸质《东方早报》进行缩版，团队中的三分之二成员都转战新媒体，运用传统报纸编辑策划、记者采编的形式进行新闻生产。

媒介融合对于整个人类社会的影响越来越大，时政新闻肩负着政治宣传和舆论引导的使命，必然要在媒介融合的大环境之下探寻到一条适合自己发展的新道路。“澎湃新闻”就是时政新闻进行转型的尖兵，它以全新的面貌出现在人们面前，吸引了整个社会的广泛关注。时政新闻面对日益变化的新经济增长模式、传播权力的变更、社会化传播结构的变化和各种新政策、新力量的推理，必须在新媒体市场中端正自己的竞争意识，时刻关注产业变化的消息，打造产品化、产业化的时政类新闻。“澎湃新闻”的发展投注了大量的资金和人力，一开始其就明确自己的市场导向，发挥自己的人才优势、品牌优势和资金优势，进行新闻生产和用户关系重构，打好了图存创新的第一步。

2.“澎湃新闻”对媒介融合时代下新闻生产方式转变的体现

2.1 新闻信源结构的改变与新闻传播主体的变化

传统的媒介新闻信源主要是通过记者与政府、企业、社会团体之间相互联系，或者是读者来信等方式来获得，然而新媒介的出现使得人们获得了前所未有的新闻参与感。媒介融合时代下，媒介可以通过微信、微博等各类社交软件获取信息提要，再对具体信息做出采访和报道。“草根记者”在重大突发事件现场发布的新闻一次次产生了全球性的轰动效应。如 2005 年初东南亚发生海啸，英国 BBC、美国 CNN 的网站都专门设有栏目发布来自灾区现场的普通公民的新闻报道，2006 年英国伦敦发生地铁爆炸事件，第一时间发出的现场新闻照片出自普通民众而非职业记者。新兴媒介正在改变着人们进行新闻传播的方式，受众的主体地位正在不断发生变化，“澎湃新闻”很好地利用了新媒介形势下传播者、受众地位一体化的特征进行界面的设计，通过新闻追问、新闻分享等功能来扩大传播范围、吸引受众。

2.2 新闻载体性能的变化与新闻传播方式的变化

新兴媒介通过互联网、移动网络进行传播，这就促使其与传统媒体在载体的性能方面有了根本性的不同，新兴媒介为新闻传播提供了更加广阔的平台，不只是专业记者，草根记者也能够通过互联网、移动网络迅速地将新闻内容发布到自己喜欢的平台进行传播。技术在不断发展，新兴媒介的融合功能也在不断加强，人们进行新闻发布和分享的手段日益多元化，多媒体方式已经被运用到了媒介新闻传播上，人们可以通过网页、手机终端获得视听结合的新闻内容。

“澎湃新闻”一方面通过自身客户终端的更新和维护进行日常的新闻传播，另一方面也会通过微信和微博公众帐号对于新近发生的事件进行实时转播，让关注者在第一时间内获取信息。媒介融合带来了新闻传播手段和传播方法的改变，虽然更能满足受众的信息需求，但不免也增加了其在新闻内容整合和加工上的难度，媒介需要精准地定位内容的方向并选用最佳的传播方式发布，除此以外还需要时刻关注传播过程中的受众反馈，不断地改进创新。

2.3 新闻媒介组织结构的变化与工作流程的变化

媒介融合时代下，传统媒体与新媒体进行合作，改变了原有的新闻媒介组织结构，当然不可避免地也带动媒介工作流程上的变化，“澎湃新闻”由《东方早报》原班人员组成，还引进了 80 多名员工，沿袭传统新闻的采编方式，通过更多的信源和分享渠道进行内容的传播。“澎湃新闻”拥有多个媒介平台，网页版的内容、手机客户端的内容和微信公共帐号的内容都有所不同，技术人员会根据每个终端的界面设计出最方便读者阅读和交流的内容展示平台。

大众媒介纷纷从独自运营转向合作运营，这样能够减少媒介在人力、设备和资金等各个方面的投入，降低新闻生产的成本，对于传统媒体来说，与新兴媒体进行合作能够起到一定的保护市场的作用，人们会通过新兴媒介关注到传统媒介。但在集中和融合的媒介集团中，不同的媒体可以通过生产流程的设计与控制实现资源重整，利用不同类型媒介的介质差异，在新闻信息传播上实现资源共享而又产品各异，化竞争为合作，结果就能联手做大区域市场，并且在这一市场上占据垄断地位。

3. 结论

新兴媒介的出现突破了各大媒体之间的壁垒，给传统媒体和新媒体的融合提供了进行资源整合的基础和平台。受众能够第一时间里根据自己的喜好从新兴媒体中获取简洁概括的最新信息，之后各大报纸、电视也会为感兴趣的受众提供与新闻的背景、经过、发展等内容相关的深度报道。随着电子网络技术的成熟和无线通信技术的发展，我们可以预测，一种超薄型的移动平面显示板将会出现，人们最终会在一个终端上将文字、声音、图像自由地转换，真正拥有一份尼葛洛庞帝所描绘的“我的日报”。媒

参考文献

[1] 朱春阳，张亮宇 .“澎湃新闻”：时政类报纸新媒体融合的上海模式 [N]. 中国报业，2014-08-25.

[2]“澎湃新闻”网站 . 关于澎湃 [DB/OL].http：//www.thepaper. cn/about_paper.Jsp.

[3] 李丹 . 亲历澎湃诞生 [Z].“九十九度”微信订阅号，2014-7-24.

（作者单位：汇科（镇江）数码科技有限公司）